

《海峡导报》“台海新闻版”的特色探析

谢清果, 朱楠

(厦门大学新闻传播学院 福建 厦门 361005)

摘要:《海峡导报》作为以对台宣传为特色的综合性市民生活报,它到底是如何体现涉台这一特色的呢?文章对该报“台湾新闻版”进行内容分析,来探索其在内容、形式、语言、编排等方面的特色,进而指出其存在问题,提出改进思路。

关键词:《海峡导报》 “台湾新闻版” 特色

DOI:10.13556/j.cnki.dncb.cn35-1274/j.2014.07.011

新媒体时代各种新传播技术的出现,使得传统报纸的生存空间日渐狭小。报纸如何扬长避短以应对无孔不入的网络冲击,是当前报业面临的一大挑战。而充分发挥“人无我有”的独特优势无疑是新媒体时代传统报纸的生存之道。《海峡导报》是目前大陆唯一一份以对台宣传为主的综合性市民生活报。而其“台海新闻版”则是最能体现其唯一对台特色的版面。本文试图从内容特色、形式特色、语言特色以及编排特色四个方面来分析《海峡导报》“台海新闻版”的特色,探讨《海峡导报》未来的发展之路。

一、《海峡导报》的发展历程

1999年3月9日,由《福建日报》社主办的《海峡导报》在厦门特区正式创刊。它是目前大陆唯一一份以对台宣传为主的综合性市民生活报。其发行量在闽南地区遥遥领先。经过12年的发展,现为4开40版日报,立足厦门市,辐射台湾,日发行量25万份,是闽南地区发行量最大的市民生活报。《海峡导报》实行自办发行与邮发合一的办法,在大陆地区发行,实行广告总代理,自办印刷。到目前为止,海峡导报社旗下拥有“二报、一网、一刊”,即《海峡导报》、海峡导报手机报、台海网^[1]及海峡商业。

长期以来《海峡导报》力求对海峡两岸的局势进行客观全面的报道和评析,积极加强舆论宣传,为两岸“三通”和经贸往来提供通畅的交流平台,为最终的统一大业添砖加瓦。2009年3月26日,《海峡导报》办报口号由“满足市民需求 必须天天讲,月月讲,年年讲”改为“临风听海 读两岸”,这体现出了《海峡导报》努力“贴近实际 贴近生活 贴近群众”的“三贴近”原则落到实处。不仅如此,《海峡导报》还独创“三个时间”新闻理念。第一时间是速度,第二时间是广度,第三时间是深度。此外,《海峡导报》还积极地策划了百名市民评报团、中秋博饼大赛、新娘嘉年华等活动以提升其知名度、影响力和公信力。并且在2007年1月25日举行的B&M2007企业品牌传播力中国峰会上,获颁“2006年度中国最具品牌传播力强势媒体”荣誉奖项。

二、《海峡导报》“台海新闻版”简况、特色及存在的问题

(一)《海峡导报》“台海新闻版”简况

《海峡导报》于2005年9月进行创刊以来第三次大规模

改扩版,成为大陆唯一以“台海新闻”为第二封面并保持每天6—8版报道力度的日报。“台海新闻版”从此成为最能体现《海峡导报》唯一对台特色的版面。“台海新闻版”是《海峡导报》“人无我有”的独家特色。“台海新闻版”主要有“台海新闻”、“台海·观澜”、“台海·交流”、“台海·社会”、“台海·综合”、“台海·经济”和“台海·专题”七个板块。“台海新闻”板块和“台海·观澜”板块主要报道台湾发生的政治新闻,“台海·交流”板块主要报道大陆和台湾在政治、经济和文化之间的交流合作,“台海·社会”板块主要报道台湾发生的社会民生新闻,“台海·综合”板块综合报道台湾发生的政治、经济、文化和社会等各个方面的新闻,但以社会民生新闻为主。“台海·经济”主要报道台湾的经济新闻,而“台海·专题”则是用整整一个版面来报道某个专题。

由于样本量太大,因此本文选取了《海峡导报》从2011年11月1日(星期二)—2011年11月7日(星期一)七天的报纸作为样本以研究《海峡导报》“台海新闻版”的特色。

板块 时间	台海 新闻	台海 观澜	台海 交流	台海 社会	台海 综合	台海 经济	台海 专题	总计
11月1日	6	6	4	7				23
11月2日	6	6		5	6			23
11月3日	5	6	7	8	4	3		33
11月4日	5	7			7	4		23
11月5日	4			6	6		1	17
11月6日	4	2			4			10
11月7日	5			1	6			13
总计	35	27	11	27	33	7	1	141

表一 《海峡导报》“台海新闻版”各板块新闻数量(共141条新闻)

由上表可知,《海峡导报》“台海新闻版”的七个板块并非每天都出现,而是根据当天发生的新闻的实际情况自由组合。然而,“台海新闻”板块是其每天都会出现的固定板块。因此,它的新闻数量也是所有版块之中最多的。除了这个固定板块之外,出现频率最高的是“台海·综合”板块,它的新闻数量在所有版块之中仅次于“台海新闻”板块。这些板块的新闻数量都相对固定。

(二)《海峡导报》“台海新闻版”的特色

1. 内容特色

《海峡导报》“台海新闻版”所有的新闻报道都是台湾视角,以台湾为报道主体,分别从政治、经济和文化等方面来报

道台湾发生的新闻,为大陆人了解台湾以及台湾社会提供了一个平台和窗口。它的台湾视角是其“人无我有”的独家特色。其以台湾为主体的新闻报道题材广泛、重大,软硬兼有,雅俗共赏,并以政治和社会民生新闻为主。

《海峡导报》“台海新闻版”的这141条新闻报道按照报道题材来看,覆盖了政府执政(包括军事)、经济发展、社会民生、文化(包括科技和教育)发展各个方面。

类别	政务管理	经济发展	社会民生	文化发展
数量	68	13	52	8
比例	48.2%	9.2%	36.9%	5.7%

表二 《海峡导报》“台海新闻版”各新闻报道题材的新闻数量及其所占比例

由上表可知,《海峡导报》“台海新闻版”的新闻报道题材广泛,但主要以政治和社会民生新闻为主。

《海峡导报》“台海新闻版”的选题既有关两岸重大政治生活的问题,又有台湾社会的一些热点、焦点问题,还有台湾社会的一些奇人异事,软硬兼有,雅俗共赏,能够吸引读者的注意力。2012年台湾大选是备受两岸关注的热点、焦点问题。它也是近来《海峡导报》“台海新闻版”报道的重点内容。每天都有大量关于2012年台湾大选的新闻。11月5日甚至做了一个《从9月22日到11月5日,45天连署历险记——老宋戴“绿帽”成功“跨栏”》的专题来报道2012年台湾大选的进程。然而,除了诸如此类的硬新闻之外,它也报道台湾社会的一些奇人异事来吸引读者的目光。例如《穿短裙丝袜 台五位老汉红脸跳天鹅湖》、《工人恋上77岁妇 挨“4板子”落跑》和《原主人偷新主人 看门犬竟未出声》等社会新闻。

2.形式特色

《海峡导报》“台海新闻版”的新闻报道形式多样,但主要以叙事记述型为主。简而言之,它主要是以消息为主。

《海峡导报》“台海新闻版”的这141条新闻报道从报道形式来看,包括叙事记述型、调查分析型、记者观察型、评述型、谈话实录型几种。

类别	叙事记述型	调查分析型	记者观察型	评述型	谈话实录型
数量	117	6	2	10	6
比例	83%	4.3%	1.4%	7%	4.3%

表三 《海峡导报》“台海新闻版”各新闻报道形式的新闻数量及其所占比例

由上表可知,在《海峡导报》“台海新闻版”的新闻报道中运用了多种新闻体裁,并且叙事记述型稿件所占据的比例高达83%,占据了绝对优势。这说明了《海峡导报》“台海新闻版”的新闻报道以消息为主。

《海峡导报》“台海新闻版”定位主要是报道台湾新近发生的新闻,力求对台湾进行全面客观的报道。而消息真实客观,简明扼要,有利于减少记者的主观性,维护新闻的真实性,而且还有利于节省版面空间。《海峡导报》“台海新闻版”的消息绝大部分都短小精悍,尤其是其社会民生新闻。例如,《工人恋上77岁妇 挨“4板子”落跑》一文以短短134字就清

楚地交代了新闻事实。这既有利于节省版面报道其它奇人异事,又不会分散读者对于重大新闻的注意力,不会在一件小事上过多地浪费读者的时间。

3.语言特色

《海峡导报》“台海新闻版”的新闻报道不但题材广泛,其新闻来源也很广泛。除了其自编的稿件外,它还采用新华社、中新社和中新网的通稿、其他大陆媒体(如《法制日报》和香港中评社等)的稿件以及台湾媒体(如《联合报》、中央社和台湾“近日新闻网”等)的稿件。而不同新闻来源采写的稿件的语言特色也不尽相同。例如,新华社、中新社和中新网的通稿的语言要求准确、简洁、富有权威性。而台湾媒体的稿件则相对形象、生动、富有表现力一些。

类别	《海峡导报》	通稿	其他大陆媒体	台湾媒体
数量	59	3	18	61
比例	41.8%	2.1%	12.8%	43.3%

表四 《海峡导报》“台海新闻版”各新闻来源的新闻数量及其所占比例

由上表可知,《海峡导报》“台海新闻版”的新闻来源广泛,并且其主要新闻来源有两个,一个是《海峡导报》自编的稿件,另外一个台湾媒体的稿件,而且它们所占的比例也大致相当。《海峡导报》和台湾媒体的整体语言风格大致相同,它们的语言是形象、生动、富有活力的。例如,在《海峡导报》“台海新闻版”中会出现“紧急喊卡”、“公投飙车”、“泛蓝嫡长子”等诙谐幽默又富有表现力的词语,而且还极富“台湾特色”。

由此可见,《海峡导报》“台海新闻版”的新闻报道的语言也极富台湾特色,形象、生动、富有活力和表现力。

4.编排特色

版面是报纸各种内容编排布局的整体表现形式。^[2]报纸是否可读、易读,在一定程度上也决定于版面。^[3]

总体上说,《海峡导报》“台海新闻版”在编排上很注重对于线条、字符、图片和色彩等版面元素的综合运用和创新。^[4]

《海峡导报》“台海新闻版”的“台海新闻”板块一般用一条直线把版面分成左右两大部分。在左面五个基本栏大小的空间内竖向安排最重要的新闻。在右面一个基本栏的空间内竖向安排几条短消息。《海峡导报》“台海新闻版”的其他板块一般也是使用一竖线将版面分为左右两个区。但是其左右两个区的大小或是两个基本栏的大小,或是四个基本栏的大小,相对重要的新闻竖向安排在四个基本栏大小的空间之内,短消息则竖向安排在两个基本栏大小的空间内。这样的分割形式使头版条理清楚、节奏明快。

《海峡导报》“台海新闻版”最重要新闻的标题一般选用大号加粗字符。次要新闻的标题的字符大小依次递减,而且不加粗。

《海峡导报》“台海新闻版”在使用图片上从不吝惜版面空间,为其重要新闻配发照片或图片都占据了很大的版面空间。^[5]图片具有向读者提供视觉形象,增强直观性,加深读者印象,烘托气氛,抒发感情,增强感染力;以具体形象作通俗注释,提供证据,^[6]吸引读者阅读等作用。而且,其“台海新闻”板块配的都是彩色图片。除此之外,这个板块的版面的右上



角每周都会配发台湾著名新闻人物的彩图,例如,11月1日配发的是吴清基的彩图,11月2日配发的是宋楚瑜的彩图,11月3日配发的是马英九的彩图……不仅如此,这个板块有关2012年台湾大选的新闻报道还会在左上角配发统一的“2012大选倒数××天”的彩色插图。

在颜色的使用上,《海峡导报》“台海新闻版”多应用明亮的红色、蓝色等。例如,报头之中的“台海”一词是蓝色的,而报头之下的《海峡导报》的标志是红色的。

(三)《海峡导报》“台海新闻版”存在的问题

《海峡导报》“台海新闻版”是成功的,但也不够十全十美。其最突出的问题就是缺少深度报道。由表三可知,在《海峡导报》“台海新闻版”的新闻报道中,叙事记述型稿件所占的比例高达83%,占据了绝对优势。而其它深度报道的类型加起来才占17%。这满足不了新媒体时代日益成熟的受众的需求。

当今是一个信息过剩乃至信息爆炸的年代,受众迫切需要的,已经不再是信息量的庞大和传播的快捷,而是一种信息的安全感。因此,新闻报道也应该由告知型向解释性转变,深度报道是目前大陆报纸的一个重要发展方向。报纸与电视、网络的竞争日趋激烈,如果报纸仅仅强调客观、及时和独家,就必然走向穷途末路。

因此,《海峡导报》“台海新闻版”也应该注意在做好保证信息量的同时做一些能够吸引受众眼球的深度报道。从而使得台湾一发生什么事,受众的第一反应是看《海峡导报》“台海新闻版”。

而且,《海峡导报》“台海新闻版”的新闻报道还存在着记者自己采写的稿件少,编辑或者直接采用台湾媒体记者采写的稿件的问题。关于这一点可以从表四之中得到印证。由表四可知,在《海峡导报》“台海新闻版”的新闻来源之中,来自台湾媒体的稿件高达43.3%,比《海峡导报》自编的稿件还要多1.5个百分点。因此,应该加派驻台湾记者,并且加强驻点台湾报道力度,努力做到“人无我有,人有我优,人优我变”。只有这样,才能在新旧媒体的双重冲击之下脱颖而出。

除此之外,《海峡导报》“台海新闻版”的有关台湾社会民生新闻的娱乐化、低俗化倾向也比较严重。这个问题在《海峡导报》“台海新闻版”的“台海·社会”板块表现得最为明显。例如,2011年11月1日的《海峡导报》“台海新闻版”的“台海·社会”板块一共有7条新闻,其中就有3条娱乐化、低俗化倾向比较严重。这3条新闻分别是《穿短裙丝袜 台五位老汉红脸跳天鹅湖》、《工人恋上77岁妇 挨“4板子”落跑》和《台教育部拟紧“师生恋”》。因此,在编辑稿件时应该注意此类稿件的比例,力争娱乐读者的同时维持其大报形象。

三、《海峡导报》未来的发展之路

《海峡导报》应该发挥其内容优势,做真正有特色的报纸。《海峡导报》应该努力做好其“台海新闻版”,发挥其惟一对台优势,努力实现台海新闻原创化,台海评论专业化。^[7]第一,应该在保证信息量的同时做一些能够吸引受众眼球的深度报道。第二,应该加派驻台湾记者,并且加强驻点台湾报道力度,加大其记者自己采写、编辑的稿件的数量。第三,在编辑稿件时应该注意各类稿件的比例,力争娱乐读者的同时维持其大报形象,努力避免娱乐化、低俗化倾向。

《海峡导报》要始终贯彻落实其贴近市民生活的宗旨,^[8]但是《海峡导报》应该在其报道手法上有所创新,要培养一批

善于发现新闻的百姓记者队伍。在台海新闻上走权威,但又贴近百姓。要加强与读者之间的交流与互动。

要充分发扬《海峡导报》“重策划、重改革”的传统,积极主动地策划出能够吸引读者注意并且参与的品牌活动。^[9]报社在做活动时,力争引导和鼓励读者从观众变成活动的主角,并且和报社形成良性的互动,努力培养其对报纸品牌的感情,从而促使其发展成为报社经营活动的忠实客户群。最终使得读者在看报纸时接受的不仅有新闻,还有报纸品牌本身传达的更加丰富的内涵。

《海峡导报》还应该在打好台海牌的同时,紧跟时代,高效利用新媒体。而要做到这一点绝不仅仅是把报纸移到网络或者手机上这么简单。《海峡导报》要积极地借助台海网这个数字化的平台来进行数字产品的内容整合、分析、加工,把采集到的新闻按照不同的内容特点、受众需求和接触习惯分别放到最合适的介质上,促进“报业数字化”向“数字报业”的转变。不仅如此,《海峡导报》还应该突破平面的限制,充分利用自己的记者资源和网络优势,整合文字、图片、音频、视频等传播手段和多媒体资源,做好多维立体报道。^[10]从而树立一体化的品牌形象,走出一条具有《海峡导报》特色的发展之路,真正实现“核聚变”。^[11]

基金资助:论文系福建省社会科学规划重点项目“闽台传媒特区与两岸政治互信研究”(编号:2013A025);厦门大学中央高校基础科研业务费项目“台湾新闻自由与两岸传媒交流合作研究”、福建省科技厅课题“闽台传媒先行先试的体制机制与政策研究”(编号:2011R089)的阶段性成果。

注 释:

- [1]台海网是福建第一家以对台传播为特色的综合性新闻网站。
- [2]郑兴东.报纸编辑学教程[M].北京:中国人民大学出版社,2002:227.
- [3][4][5][6]崔平.试析南方周末的头版特色[J].采写编,2005(5):50-51.
- [7][8][10]徐叶巧,赖大彬.海峡导报——发展前景探析[J].新闻世界,2010(6):46-47.
- [9]黄晨钧.平媒的突破:浅谈海峡导报经营多元化发展思路[J].广告人,2010(2):154-155.
- [11]《海峡导报》的“核聚变”是指原子(惟一一对台特色、版数最多、覆盖面最广、发行量最大、发行和物流网络最庞大、阅读主动性最高、拥有最多主流消费读者、广告关注度最高……)—动力(外部资金引入,福建文化体制改革首家试点单位)—聚合[海峡导报(报纸)+海峡在线(台海网)+海峡商业(杂志)+海峡万博(发行物流)+工商海峡导报联名卡(读者金卡)+无空间超市(网络交易及物流配送平台)……]—光热(金三角战略启动+全国拓展)。

作者简介:

谢清果 博士后,厦门大学新闻传播学院副教授,研究生导师,主要研究方向:两岸传媒研究;

朱楠 厦门大学新闻传播学院2011级新闻学硕士研究生,主要研究方向:两岸新闻交流研究。